



Judul Buku	: Komunikasi Dakwah
Penulis	: Wahyu Ilaihi
Penerbit	: Rosda Karya Bandung Indonesia
Cetakan	: 2010
Tebal	: viii + 208 hlm.
ISBN	: 9796929937

Review Buku:

Membangun Etika dan Efektifitas Komunikasi dalam Berdakwah

Abdullah Mahfudz Nazal¹
am.nazal@uinsby.ac.id

Adalah komunikasi dakwah merupakan bagian ilmu dakwah yang berada dalam tataran multi disipliner dan sekaligus merupakan bagian terpenting dalam proses dakwah. Hal ini berangkat dari kedudukan ilmu dakwah itu sendiri yang secara teknis inti dari proses dakwah yaitu bagaimana pesan dari *da'i* kepada *mad'u* baik secara perorangan maupun kelompok yang terjalin dan tersampaikan secara efektif. Segala hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi akan berlaku juga dalam dakwah, begitu juga sebaliknya hambatan dalam komunikasi adalah hambatan dalam dakwah.

Keberadaan komunikasi dakwah juga dilatarbelakangi dari potensi yang dimiliki pada manusia dimana salah satu kemampuan terbesar yang dianugerahkan oleh Allah SWT kepada manusia adalah kemampuan untuk mengekspresi apa yang terlintas di benaknya serta kemampuannya menangkap bahasa sehingga mengantarkan manusia

¹ Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

untuk mengetahui. Hal tersebut juga diikuti kemampuan manusia untuk merumuskan ide dan memberi nama bagi segala sesuatu, dan akhirnya menyebarkan pengetahuan tersebut kepada orang lain. Menyebarkan pengetahuan yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan, yang pada akhirnya manusia lain mengikuti apa yang disebarkan baik lewat bahasa tulisan maupun oral. Kemampuan menyampaikan pesan dan isyarat-isyarat kepada orang lain agar orang lain mengerti dan pada akhirnya mengikuti pesan apa yang disampaikan. Kemampuan komunikasi yang memadai inilah yang kemudian dapat dipergunakan untuk menyampaikan ajaran *ilahiyah* guna mengajak manusia kepada kebenaran dan inti Islam agama sebagai *rahmatat lil alamin* dapat terrealisasikan.

Untuk itulah, "Komunikasi Dakwah" merupakan salah satu kajian terpenting dalam keilmuan ilmu dakwah. Kajian ini dalam ranah ilmu pengetahuan merupakan bagian dari obyek pembidangan diantara ilmu dakwah dengan disiplin ilmu lainnya seperti Filsafat Dakwah, Sejarah Dakwah, Sosiologi Dakwah, Psikologi Dakwah dan disiplin keilmuan lainnya. Hal tersebut sekaligus menunjukkan bahwa keberadaan ilmu dakwah tidaklah bisa berdiri sendiri melainkan terkait dengan bidang-bidang ilmu lainnya sehingga bisa dikatakan bahwa kajian ilmu dakwah merupakan pengetahuan yang interdisipliner sehingga bisa didekati dengan ilmu-ilmu lainnya dalam rangka mendekati fenomena dakwah yang berkembang.

Sementara itu, sebagaimana disebutkan diawal, bahwa kajian mengenai komunikasi dakwah juga merupakan bagian dari studi *cross-disciplinarity* atau antar bidang yang tujuannya adalah mengkaji fenomena dakwah dari sudut pandang atau perspektif ilmu komunikasi. Jika melihat kembali tentang definisi dakwah sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia, maka berarti bahwa untuk memahami hal itu diperlukan bantuan ilmu komunikasi. Dan jika komunikasi didefinisikan sebagai proses transmisi dari berbagai lambang, ide, gagasan dan sebagainya kepada masyarakat, maka berarti bahwa proses penyampaian ajaran Islam tersebut akan dilihat dari perspektif proses transmisi lambang-lambang yang akan disampaikan. Dari proses penyampaian ajaran Islam/ pesan

dakwah tersebut bisa dikembangkan sebuah strategi sehingga menjadikan pesan dakwah tersampaikan secara efektif.

Adalah buku "Komunikasi Dakwah" yang ditulis oleh Wahyu Ilaihi merupakan salah satu buku yang mengisi ruang kosong kajian akademis tentang Komunikasi Dakwah. Seperti diketahui bahwa karya di bidang ilmu dakwah memang agak tertinggal dibanding dengan karya lain dalam bidang *Islamic studies* atau sosial-humaniora. Meskipun jumlah pakar di bidang Ilmu Dakwah semakin meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi karya akademis yang dihasilkannya belum seimbang dengan jumlah kenaikan sumber daya manusianya. Oleh karena itu, terbitnya karya di bidang dakwah oleh para pakar di bidang ilmu dakwah tentunya perlu diapresiasi dengan sangat mendasar.

Buku "Komunikasi Dakwah" memiliki tujuh topik bab kajian yang menjadi sentral pembahasan. Dari sekian bab yang diuraikan, yang menarik dari buku ini adalah pada pembahasan akhir dimana juga dilengkapi dengan pembahasan etika komunikasi dalam al-Qur'an hal ini sekaligus memperkuat isi dari keseluruhan yang memberikan wawasan baru. Dengan demikian hal tersebut merupakan inti dari komunikasi dakwah bisa dijadikan bekal untuk para *da'i* bagaimana seharusnya berkomunikasi secara efektif dengan *mad'u* dengan latar belakang yang berbeda. Ini menjadi menarik karena sumber rujukan al-Qur'an yang digunakan dan sekaligus menjadi kekuatan dari buku ini. Bukan saja komunikasi secara verbal saja akan tetapi diakhir juga dibahas mengenai bagaimana Rosulluh pada saat itu telah menggunakan komunikasi secara tertulis guna mempengaruhi penguasa di negeri lain supaya mengikuti ajaran Allah dan yang menjadi bagian komunikasi persuasif yang efektif selain dengan komunikasi secara verbal.

Karya Wahyu Ilaihi ini, walau tidak secara rinci juga mencoba menjelaskan batasan antara ranah keilmuan komunikasi umum dan komunikasi dakwah. Dalam paparannya berusaha menempatkan posisi ilmu dakwah dan ilmu komunikasi, dimana ilmu komunikasi memang ilmu yang historis artinya tidak terdapat di dalamnya muatan-muatan moralitas dan substansi agama yang sangat sakral. Selain itu, Ilmu komunikasi memang bercorak "keduniawian" semata. Sedangkan ilmu

dakwah adalah ilmu yang historis dan normatif, artinya selain akan menggambarkan tentang fenomena penyebaran ajaran agama, juga mengandung dimensi normatif ajaran agamanya itu. Maka komunikasi dakwah tentunya menjadi ilmu pengetahuan yang bercorak historis plus atau trans-historisitas. Kekuatan inilah yang dicoba di gali dalam buku ini yang menjadikan pembeda antara komunikasi dakwah dan ilmu komunikasi secara umum. Dari sinilah terlihat bahwa dalam komunikasi dakwah bukan sekedar penyampaian suatu pesan mengenai dakwah oleh seorang da'i kepada mad'u, akan tetapi merupakan kajian secara komprehensif dengan menggunakan pendekatan otomestik dengan memilah-milah setiap komponen yang terlibat secara fungsional diaman terdapat tujuan yang jelas yang ingin dicapai. [hal 24-25].

Lebih lanjut dalam buku ini, komunikasi dakwah tidak ditekankan pada tujuan semata akan tetapi juga menekankan efek yang muncul pada mad'u sebagai akibat dari penyampaian pesan dakwah. Sementara itu, jika ditinjau dari prosesnya merupakan kegiatan dakwah itu sendiri yang tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik akan tetapi mendorong mad'u untuk bertindak melaksanakan ajaran-ajaran agama terlebih dahulu memberikan pengertian, mempengaruhi sikap dan membina hubungan yang lebih baik.

Menarik untuk dikaji terutama dalam bab VI tentang "Bentuk-Bentuk Etika Komunikasi dalam al-Qur'an" menngkaji tentang al-Qur'an sebagai sumber dakwah Islam yang sesungguhnya sudah memberikan beberapa prinsip tentang bagaimana seharusnya komunikasi dakwah tersebut harus dibangun. Misalnya konsep *qaulan balighan*, *qaulan layyinan*, *qaulan sadidan*, *qaulan karima*, *qawlan ma'rufan* dan seterusnya yang merupakan prinsip-prinsip dasar komunikasi yang selain mengandung dimensi historisitas juga normativitas. Sehingga melalui prinsip ini, maka seorang da'i di dalam melakukan komunikasi dengan audiennya mestilah menerapkan prinsip tersebut. Dengan menerapkan dan mengembangkan prinsip-prinsip tersebut secara benar dan tepat maka akan terjadi komunikasi yang persuasif efektif dalam penyebaran ajaran islam antara da'i dan

mad'u. Prinsip-prinsip tersebut merupakan bentuk model komunikasi efektif yang bisa dijadikan acuan para da'i.

Mengamati buku setebal 208 ini, maka secara selintas dapat dilihat bahwa pemikiran yang ditawarkan oleh penulis adalah menggunakan pendekatan komponensial dalam membahas Komunikasi Dakwah. Kuatnya pendekatan komponen tersebut dapat dilihat dari misalnya kajian tentang da'i dalam komunikasi, Mad'u dalam komunikasi, pesan dalam komunikasi, media dalam komunikasi dan efek komunikasi dakwah. Hal ini mengingatkan tentang formulasi Harold Lawell tentang "*Who says what to whom in what channel and with what effect*". Komponen dalam komunikasi dakwah juga terdiri dari lima komponen penting tersebut. Namun yang penting diperhatikan bahwa penulis buku ini memasukkan unsur tambahan dalam komunikasi dakwah yaitu unsur lingkungan dakwah. Tentu penulis tidak bermaksud untuk mengadopsi gagasan kaum *behavioralis* yang melihat betapa kuatnya pengaruh lingkungan terhadap perilaku manusia. Tetapi yang jelas ini merupakan gagasan baru dalam studi dakwah yang menggunakan unsur lingkungan sebagai salah satu unsur dalam dakwah.

Sementara itu, buku ini juga banyak mengupas tentang komunikasi dakwah yang menggunakan pendekatan proses untuk memahami peristiwa dakwah. Akan tetapi tidak dibahas secara rinci, padahal hal ini akan menjadi jauh menarik jika seandainya terdapat bab tersendiri yang dapat menghadirkan proses komunikasi dakwah secara detail dan bukan wujud proses yang akhirnya akan menjadikan konsep komunikasi dakwah yang dibangun akan lebih komprehensif. Kita tahu bahwa, dalam kajian proses yang telah ada pada umumnya menggunakan model pendekatan *problem solving*, yang didalamnya mengandung: *in put*, *process*, *out put* dan *out come*. Jika pandangan dan pendekatan komponensial lebih bercorak struktural, yaitu struktur pesan melalui komunikator kepada komunikan melalui media dan metode tertentu untuk menghasilkan efek tertentu, sehingga dakwah itu sudah terstruktur sedari awal dan dapat diprediksi efeknya. Maka, pendekatan proses lebih bercorak linear, artinya bahwa melalui *in put* dakwah tertentu maka akan dihasilkan *out put* dan *out come* yang

seimbang. Keduanya sesungguhnya bisa bertemu dalam kerangka bingkai “pendekatan struktural proses” yang akan dapat menegaskan bahwa komponen dakwah akan berkerja sebagaimana hukum proses yang linear untuk mencapai tujuan dakwah yaitu terciptanya masyarakat yang adil berkemakmuran dan makmur dalam keadilan. Inilah yang menjadi salah satu kekurangan dari buku ini, mungkin di lain kesempatan penulis akan lebih dapat mengeksplorasi kajian-kajian dalam coraknya yang seperti ini. Tentunya akan menjadi khasanah keilmuan dakwah terutama komunikasi dakwah dengan corak yang berbeda.

Dengan demikian, suatu contoh sederhana misalnya adalah proses penyampaian pesan dakwah yang akan dilihat dari teori komunikasi “mekanistik” dalam paradigma yang bercorak fakta sosial, artinya bahwa pesan dakwah tersebut tergantung kepada bagaimana para da’i memanfaatkan media dakwah. Salah satu proposisi dalam teori “mekanistik” dalam komunikasi adalah *medium is the message*, maka kekuatan media menjadi sangat signifikan dalam proses penyebaran ide, gagasan atau simbol-simbol dakwah. Untuk itu dalam kajian dakwah yang berada dalam perspektif komunikasi misalnya akan mengkaji tentang “bagaimana peran media dalam proses penyebaran ajaran Islam”. Namun demikian yang perlu diperhatikan bahwa ilmu komunikasi memang ilmu yang historis artinya tidak terdapat di dalamnya muatan-muatan moralitas dan substansi agama yang sangat sakral. Ilmu komunikasi memang bercorak “keduniawian” semata. Sedangkan ilmu dakwah adalah ilmu yang historis dan normatif, artinya selain akan menggambarkan tentang fenomena penyebaran ajaran agama, juga mengandung dimensi normatif ajaran agamanya itu. Maka komunikasi dakwah tentunya menjadi ilmu pengetahuan yang bercorak historis plus atau trans-historisitas. Hal-hal tersebut yang juga di jelaskan oleh penulis buku pada bagian-bagian awal walaupun terlihat porsi yang diberikan tidak berimbang dalam artian porsi untuk komunikasi lebih banyak daripada analisa tentang dakwah.

Mencermati terhadap buku ini maka secara selintas dapat dilihat bahwa karya ini menggunakan pendekatan komponensial dalam membahas Komunikasi Dakwah. Kuatnya pendekatan komponen tersebut dapat dilihat dari misalnya kajian tentang da’i dalam berkomunikasi,

mad'u dalam berkomunikasi, pesan dalam komunikasi, media dalam komunikasi dan efek komunikasi dakwah. hal ini mengingatkan saya tentang formulasi Harold Lawell tentang "*Who says what to whom in what channel and with what effect*". Komponen dalam komunikasi dakwah juga terdiri dari lima komponen penting tersebut. Namun yang penting diperhatikan bahwa penulis buku ini memasukkan unsur tambahan dalam komunikasi dakwah yaitu unsur lingkungan dakwah. Tentu penulis tidak bermaksud untuk mengadopsi gagasan kaum *behavioralis* yang melihat betapa kuatnya pengaruh lingkungan terhadap perilaku manusia. Tetapi yang jelas ini merupakan gagasan baru dalam studi dakwah yang menggunakan unsur lingkungan sebagai salah satu unsur dalam dakwah.

Sementara itu dalam proses komunikasi dalam dakwah banyak mengkaji tentang proses komunikasi baik secara persuasif, proses interaksi sosial yang pada akhirnya juga bagaimana dakwah bisa menjadi bagian dari proses perubahan sosial. Proses tersebut sangatlah penting untuk menjadi gambaran para da'i yang ingin berkomunikasi dengan *mad'u* terutama dalam skala yang lebih besar mengingat *me-reka* harus memperhatikan tahap-tahap tersebut.

Akhirnya, terlepas dari kekurangan dan kelebihan nya keberadaan buku "Komunikasi Dakwah" karya Wahyu Ilaihi telah memberikan kontribusi khasanah keilmuan dakwah yang masih jarang. Untuk itu, buku karangan dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, menurut saya merupakan karya yang sangat baik dalam bidangnya dan akan mengisi ruang kosong kajian akademis tentang Komunikasi Dakwah. Seperti diketahui bahwa karya di bidang ilmu dakwah memang agak tertinggal dibanding dengan karya lain dalam bidang *Islamic Studies* atau sosial-humaniora. Meskipun jumlah pakar di bidang Ilmu Dakwah semakin meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi karya akademis yang dihasilkannya belum seimbang dengan jumlah kenaikan sumber daya manusianya. Oleh karena itu, terbitnya karya di bidang dakwah oleh para pakar di bidang ilmu dakwah tentunya perlu diapresiasi dengan sangat mendasar. Untuk itu, buku ini menurut saya, sangat berguna untuk bagi siapa saja yang ingin memperkaya wawasan tentang keilmuan dakwah terutama dalam komunikasi dakwah.